



Judul Tugas Akhir Skripsi :

**STRATEGI KOMUNIKASI OKEZONE RADIO JAKARTA DALAM
MEMPERKUAT EKSTISTENSI MELALUI PROGRAM SIARAN GOOD
AFTERNOON ZONE**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Nabila Mutiara Nathania

NIM : 2010411102



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK UNIVERSITAS PEMBANGUNAN
NASIONAL VETERAN JAKARTA**



SKRIPSI

JUDUL PENELITIAN

**STRATEGI KOMUNIKASI OKEZONE RADIO JAKARTA DALAM
MEMPERKUAT EKSISTENSI MELALUI PROGRAM SIARAN GOOD
AFTERNOON ZONE**

Disusun Oleh:

Nabila Mutiara Nathania (2010411102)

**Skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

**Dosen Pembimbing
Dr. Damayanti, S.Sos, M.Si.**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTASI ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Nabila Mutiara Nathania

NIM : 2010411102

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilama di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 18 Desember 2024

Yang menyatakan,



Nabila Mutiara Nathania

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nabila Mutiara Nathania
NIM : 2010411102
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI KOMUNIKASI OKEZONE RADIO JAKARTA DALAM
MEMPERKUAT EKSISTENSI MELALUI PROGRAM SIARAN GOOD
AFTERNOON ZONE**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya :

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 3 Februari 2025

Yang menyatakan,




Nabila Mutiara Nathania

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Nabila Mutiara Nathania
NIM : 2010411102
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Strategi Komunikasi Okezone Radio Jakarta Dalam Memperkuat Eksistensi Melalui Program Siaran Good Afternoon Zone

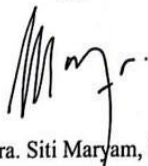
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Dr. Damayanti, S.Sos, M.Si.

Penguji 1



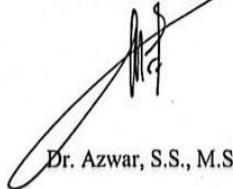
Dra. Siti Maryam, M.Si.

Penguji 2



Kumala Hayati, S.I.Kom, M.Med.Kom.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Azwar, S.S., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 10 Januari 2025

STRATEGI KOMUNIKASI OKEZONE RADIO JAKARTA DALAM MEMPERKUAT EKSTISTENSI MELALUI PROGRAM SIARAN GOOD AFTERNOON ZONE

NABILA MUTIARA NATHANIA

ABSTRAK

Riset ini mencoba mengkaji strategi komunikasi Okezone Radio Jakarta dalam memperkuat eksistensi melalui program siaran Good Afternoon Zone. Okezone Radio yang sebelumnya, bernama Global Radio merupakan radio hit kontemporer di Indonesia yang beroperasi di Jakarta, Bandung dan sekitarnya yang berada di bawah naungan iNews Media Group milik Media Nusantara Citra (MNC). Peneliti berfokus pada strategi komunikasi yang dilakukan oleh Okezone Radio Jakarta untuk memperkuat eksistensi di era revolusi industri 4.0, dimana pada era ini semua beralih ke digital dan juga perkembangan jumlah radio yang semakin berkembang dapat mengakibatkan persaingan ketat dalam industri radio. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Okezone Radio Jakarta dalam memperkuat eksistensi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus dengan metode pengumpulan data berupa wawancara. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Kotler dan Keller yang mencakup 4P yaitu *Product, Place, Promotion, Price*. Hasil penelitian ini menunjukkan pengimplementasian dari Teori Pemasaran Kottler dan Keller yaitu 4P untuk mencapai target pemasaran sehingga dapat memperkuat eksistensi. Memiliki *Product* seperti segmen Koreantusias, Ih Kangen Curhat yang dikemas secara unik dan penyajian konten interaktif. *Place*, Good Afternoon Zone berada di frekuensi 88,4 FM, serta *platform* yang terintegritas dengan media sosial Okezone Radio Jakarta. *Promotion*, bekerja sama dengan sponsor, dan aktivitas media sosial. *Price*, berasal dari sponsor yang masuk atau melalui data audiens. Proses strategi komunikasi Okezone Radio Jakarta yang terstruktur, dengan penerapan bauran pemasaran dari teori pemasaran Kotler (4P) berhasil memperkuat eksistensinya melalui program siaran Good Afternoon Zone di tengah persaingan industri media yang kian ketat.

Kata Kunci : Eksistensi, Okezone Radio, Program Siaran Good Afternoon Zone, Strategi Komunikasi

**COMMUNICATION STRATEGY OF OKEZONE RADIO
JAKARTA IN STRENGTHENING ITS EXISTENCE THROUGH
THE GOOD AFTERNOON ZONE BROADCAST PROGRAM**

NABILA MUTIARA NATHANIA

ABSTRACT

This research aims to examine the marketing communication strategies of Okezone Radio Jakarta in strengthening its existence through the Good Afternoon Zone broadcast program. Previously known as Global Radio, Okezone Radio is a contemporary hits radio station in Indonesia that operates in Jakarta, Bandung, and surrounding areas under the iNews Media Group, part of Media Nusantara Citra (MNC). The study focuses on the communication strategies employed by Okezone Radio Jakarta to enhance its existence in the era of Industry 4.0, where everything has shifted to digital. Additionally, the growing number of radio stations has intensified competition within the radio industry. The purpose of this research is to explain how Okezone Radio Jakarta implements its communication strategies to strengthen its presence. The study employs a qualitative case study method with data collected through interviews. The theoretical framework used in this research is Kotler and Keller's Marketing Theory, which encompasses the 4Ps: Product, Place, Promotion, and Price. The research findings indicate the implementation of Kotler and Keller's 4Ps marketing theory to achieve marketing goals and strengthen Okezone Radio's existence. The Product includes unique segments such as Koreantusias and Ih Kangen Curhat, presented in a distinctive manner with interactive content. The Place includes the Good Afternoon Zone broadcast at the 88.4 FM frequency, along with its integration with Okezone Radio Jakarta's social media platforms. Promotion is carried out through collaborations with sponsors and active engagement on social media. Meanwhile, the Price aspect is derived from sponsorship revenue or audience data. Okezone Radio Jakarta's structured management strategy, through the application of Kotler's 4Ps marketing mix, has successfully strengthened its existence amidst the increasingly competitive media industry via the Good Afternoon Zone broadcast program.

Keywords: Existence, Okezone Radio, Good Afternoon Zone Broadcast Program, Communication Strategy

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi Okezone Radio Jakarta Dalam Memperkuat Eksistensi Melalui Program Siaran Good Afternoon Zone”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penyusunan skripsi ini. membimbing, membantu dan mendukung proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan rasa hormat yang mendalam, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Dr. S. Bakti Istiyanto, M. Si., selaku Dekan FISIP UPN Veteran Jakarta.
3. Bapak Dr. Azwar, SS., M.Si., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
4. Ibu Dr. Damayanti, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, serta kesabaran dalam membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.
5. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan doa dan dukungannya selama penyusunan skripsi ini.
6. M. Akmal Heza Zumar, yang selalu menemani, mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan dukungan, motivasi, doa, dan semangat selama proses penulisan skripsi ini.
7. Kevin Maxi, yang selalu membantu, dan mendukung penulis dari awal kuliah berlangsung hingga penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan (Bercanda Tapi Kadang Serius dan Purbalingga 2023) yang selalu memberikan dukungan, hiburan, dan semangat selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi.

9. Seluruh informan yang telah bersedia meluangkan waktunya dan bersedia untuk diwawancarai agar penelitian ini mendapatkan data yang akurat dan berguna untuk Menyusun skripsi ini.
10. Dan seluruh pihak yang telah terlibat dan tidak dapat dituliskan satu demi satu oleh penulis, yang telah memberikan semangat, bantuan, dukungan, motivasi, serta masukan yang dapat membantu penulis.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih memiliki banyak kelemahan di segala aspek yang telah disajikan dan nantinya dapat diperbaiki. Usaha maksimal telah dilakukan oleh peneliti agar penelitian Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Akhir kata penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak di masa yang akan mendatang.

Jakarta, 18 Desember 2024



Nabila Mutiara Nathania

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah	6
1.3 Tujuan penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PENELITIAN	8
2.1 State Of The Art	8
2.2 Konsep Penelitian	14
2.2.1 Komunikasi	14
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	15
2.2.3 Komunikasi Massa	19
2.2.3 Eksistensi	19
2.2.4 Radio	20
2.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	21
2.4 Analisis <i>SWOT</i>	23
2.5 Kerangka Berpikir	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Objek Penelitian	26
3.2 Jenis Penelitian	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data	27

3.3.1 Wawancara.....	27
3.3.2 Dokumentasi	28
3.4 Sumber Data	28
3.4.1 Data Primer	28
3.4.2 Data Sekunder.....	29
3.5 Teknik Analisis Data	29
3.5.1 Reduksi Data	29
3.5.2 Penyajian Data	30
3.5.3 Penarikan Kesimpulan	30
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	30
3.7 Perencanaan Waktu Penelitian	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Deskripsi Informan Penelitian.....	33
4.2 Hasil Penelitian.....	35
4.2.1 Profil Okezone Radio Jakarta	35
4.2.2 Program Siaran Good Afternoon Zone	39
4.2.3 Strategi Komunikasi	39
4.2.3.1 Perencanaan Strategi Program	40
4.2.3.2 Implementasi Strategi	55
4.2.3.3 Evaluasi Program.....	64
4.3 Pembahasan	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	81

DAFTAR TABEL

TABEL 1. STATE OF THE ART.....	8
TABEL 2. RENCANA WAKTU PENELITIAN	32
TABEL 3. TAHAP PERENCANAAN: HASIL ANALISIS SWOT MILIK INFORMAN DP (PROGRAM & MUSIC DIRECTOR)	44
TABEL 4. TAHAP PERENCANAAN: HASIL ANALISIS SWOT MILIK INFORMAN AM (PRODUCER).....	46
TABEL 5. TAHAP PERENCANAAN: HASIL ANALISIS SWOT MILIK INFORMAN LT (ANNOUNCER).....	49
TABEL 7. TAHAP PERENCANAAN: HASIL ANALISIS SWOT MILIK INFORMAN KM (AUDIENS).....	53
TABEL 8. HASIL ANALISIS PERENCANAAN STRATEGI MELALUI ANALISIS SWOT UNTUK PROGRAM SIARAN GOOD AFTERNOON ZONE	69
TABEL 9. STRATEGI TEORI KOTLER (4P).....	72

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. LOGO OKEZONE RADIO JAKARTA	1
GAMBAR 2. DATA PENDENGAR RADIO DI INDONESIA	4
GAMBAR 3. STRUKTUR KORPORASI MNC GROUP.....	36
GAMBAR 4. LINI PRODUK INEWS MEDIA GROUP	37
GAMBAR 5. LOGO OKEZONE RADIO	37
GAMBAR 6. RATECARD (SPONSOR) OKEZONE RADIO JAKARTA 2024.	74